

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
CIENCIAS POLÍTICAS**

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LOGRAR LA  
INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD  
DENTRO DE SUS FAMILIAS EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL**

**Autor.-**

Daniela Patricia Vallejo Mucarsel

Trabajo final para la obtención del Título Ingeniero en Administración y  
Marketing Estratégico

Guayaquil, Noviembre del 2014.

UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
CIENCIAS POLÍTICAS

**EVALUACIÓN DE LAS ACCIONES Y PIEZAS DE  
CAMPAÑA “ESCÚCHALO DE UN EXPERTO”, CON  
MADRES DE HIJOS CON DISCAPACIDAD  
PERTENECIENTES AL NIVEL SOCIO-ECONÓMICO  
MEDIO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Autor.-**

Daniela Patricia Vallejo Mucarsel

GUÍA

Marisabel Manrique

ASESOR

Viviana Elizalde

Trabajo final para la obtención del Título Ingeniero en Administración y  
Marketing Estratégico

Guayaquil, Noviembre del 2014.

**Contenido**

<b>1. Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Detalles del Proyecto .....</b>	<b>6</b>
2.1 Actores claves .....	6
2.2 Objetivo General de la Investigación .....	6
2.3 Objetivos Específicos .....	6
2.4 Tipo de estudio y enfoque escogido .....	7
2.5 Unidad de análisis, Justificación y su Descripción .....	7
2.6 Correlación entre variables de estudio con resultados estratégicos de aplicación de campaña .....	8
2.7 Conclusiones Estratégicas .....	10
<b>3. Campaña de Inclusión Social Intrafamiliar.....</b>	<b>12</b>
3.1 Descripción del Grupo Objetivo .....	12
3.2 Presentación de Campaña .....	12
3.3 Concepto central de comunicación .....	13
3.4 Concepto creativo .....	13
3.5 Logotipo de campaña .....	13
3.6 Estrategias de comunicación .....	14
3.7 Proceso de adopción .....	14
<b>4. Presupuesto .....</b>	<b>15</b>
<b>5. Cronograma de trabajo .....</b>	<b>16</b>
<b>6. Evaluación Individual .....</b>	<b>17</b>
6.1 Diseño metodológico de la evaluación .....	17
6.2 Objetivo General de Investigación del proceso evaluativo .....	17
6.3 Objetivos Específicos de Investigación del proceso evaluativo ...	17
6.4 Metodología de la investigación .....	18
6.5 Técnicas de Investigación .....	18
6.6 Composición y desarrollo de Grupo Focal .....	19
<b>7. Resultados de la evaluación .....</b>	<b>20</b>

7.1 Evaluación de Producción Audiovisual .....	20
7.2 Evaluación de Herramientas de Comunicación .....	22
7.3 Evaluación de Piezas Gráficas .....	24
7.4 Identificación de aciertos, errores y oportunidades de mejora .....	25
<b>8. Recomendaciones .....</b>	<b>27</b>
<b>9. Reflexión Personal .....</b>	<b>28</b>
<b>10. Bibliografía .....</b>	<b>29-30</b>

## 1. Introducción

“Todo lo que escuchamos es una opinión, no un hecho. Todo lo que vemos es una perspectiva, no es la verdad<sup>1</sup>”, y es así como cualquier persona que no experimenta el mundo de la discapacidad, puede llegar a tener sus propias conclusiones al respecto y partiendo de una realidad ajena, construir numerosas barreras mentales que impiden una plena inclusión.

Internacionalmente el tema de los derechos de las personas con discapacidad ha sido tratados por reconocidos organismos, entre sus principales tenemos a Naciones Unidas (NNUU), la Organización Mundial de la Salud (OMS), apoyo del Grupo del Banco Mundial (BM) y demás, cuyas aportaciones van desde convenciones, elaboración y aplicación de normativas, políticas y parámetros que rijan el actuar frente a la discapacidad, garantizando sus derechos y aboliendo cualquier tipo de conducta que fomente la discriminación.

El Informe Mundial sobre la Discapacidad publicado en el 2011 determinó que alrededor del 15% de población mundial cuenta con alguna discapacidad; mientras que según estadísticas del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS), el Registro Nacional de Discapacidades hasta el mes de mayo 2013, registró a 361.487 personas con discapacidad en el Ecuador.

---

<sup>1</sup> Marco Aurelio, filósofo griego (180).

La realidad constitucional en Ecuador reconoce a las personas con discapacidad como un grupo de atención prioritaria desde 1998, reafirmada en la actual Constitución de 2008. Dicha base tomó fuerza con la Ley Orgánica de Discapacidades 2012, un amplio referente del cual se derivan planes que abarcan a nivel nacional la inclusión, bienestar y proyectos que han llegado a ser exportados a otros países, como Ecuador Sin Barreras.

Es indudable la plataforma que se ha levantado para el ámbito de la discapacidad en el país como parte de la política de Estado, las mejoras significativas en los diferentes ámbitos de la sociedad.

De acuerdo a las campañas, proyectos e investigaciones revisadas, a favor de la inclusión de personas con discapacidad a nivel internacional y nacional, se puede notar que dichos trabajos plasman la realidad de un país, ubicando al investigador o comunicador en un contexto definido, en el cual el sujeto de estudio es vulnerable y siempre está expuesto a barreras que obstaculizan su plena inserción en la sociedad; sin embargo no lo idealizan a una realidad utópica.

La brecha que existe entre crear un ambiente inclusivo y la preparación social que se deriva de la convivencia de personas con discapacidad en los diferentes sectores de la sociedad, dificulta que estas cumplan el objetivo por

el cual fueron creadas, que se eliminen prejuicios, estereotipos y nociones erróneas con respecto a la discapacidad. Por ello no se trata de que la persona con discapacidad se adapte al entorno sino más bien ofrecer un entorno que sea apto para ellos, que sea de ayuda y de integración.

Dicho esto se vuelve necesaria la realización de una campaña que se centre en motivar al cambio desde adentro, no solamente cumplir un objetivo puntual sino que este sirva de complemento en conocimientos, derrumbe mitos; y refuerce las acciones emprendidas desde otras plataformas; pero que sobre todo: cambie la mirada y las emociones hacia la discapacidad.

El desarrollo de este documento de titulación busca además, servir como referente para conocer la realidad del país con respecto a la discapacidad y contribuir al conocimiento del público en general y profesionales en temas de Comunicación e Inclusión Social desde una perspectiva innovadora.

## 2. Detalles del Proyecto

### 2.1 Actores Claves

El desarrollo de la campaña fue diseñado para que se adapte a la plataforma del curso de Inclusión social de Aprendamos “Todos Somos Iguales, Todos Somos Diferentes”, para ello se contó con el apoyo de Fundación Ecuador y el M.I. Municipio de Guayaquil, ambos comprometidos con el aporte al desarrollo social en términos de inclusión social para personas con discapacidad.

### 2.2 Objetivo General de Investigación

Identificar las principales barreras y actores que intervienen en la inclusión de las personas con discapacidad en la ciudad de Guayaquil

### 2.3 Objetivos Específicos

- Conocer, a través de casos reales, el entorno familiar, educativo y laboral en el que se desenvuelven las personas con discapacidad, en Guayaquil.
- Recopilar las opiniones de expertos acerca de la inclusión social de las personas con discapacidad.
- Identificar percepciones y actitudes que tienen las personas acerca de la discapacidad.

## **2.4 Tipo de estudio y enfoque escogido**

La metodología se basó en un enfoque cualitativo, en el cual se buscó observar y describir el comportamiento de las unidades de análisis sin influir en ellos. Esto facilitó la comprensión de la realidad social, el análisis de experiencias, y el conocimiento del contexto en el que se encuentran.

## **2.5 Unidad de Análisis, Justificación y su Descripción**

### **Personas con discapacidad:**

Personas que residen en la ciudad de Guayaquil y que estén en condición de formar parte de la investigación.

### **Familiares de personas con discapacidad:**

Quienes conviven y cuidan algún miembro de su familia con discapacidad, generalmente los primeros en incluir o excluir a las en la sociedad.

### **Expertos**

Entrevistas con expertos en temas de inclusión social y discapacidad de los diferentes sectores en el país, recopilando opiniones y posturas frente al manejo de discapacidades en el país.

2.6 Correlación entre variables de estudio con resultados estratégicos de aplicación de campaña

Correlación entre variables de estudio con resultados estratégicos de aplicación de campaña				
	Objetivo Investigación	Resultados de Investigación	Objetivo Proyecto	Acciones
Objetivo General	<p><b>Identificar las principales barreras y actores que intervienen en la inclusión de las personas con discapacidad en la ciudad de Guayaquil</b></p>	<p>“El <b>desconocimiento crea miedos innecesarios que impiden la inclusión</b> por voluntad propia. Este es un problema mundial, especialmente en Latinoamérica, pues no se investiga, no se planea y peor aún, no se establecen objetivos para lograr una verdadera inclusión” (Welch, 2014) Experto en Inv., Com., Period., Medios Mas., Prod. y RRPP.</p> <p>“La inclusión no es solamente un tema de la capacidad que tiene la persona, o de abrir espacios, es un tema de <b>educación ciudadana</b> al respecto de <b>cómo</b> nosotros vamos a <b>actuar frente a una persona con discapacidad</b>. ¿Cuál es la verdadera inclusión? Antes de la inclusión hay un tema que se llama integración, ya la inclusión es el último paso” (Vallejo, 2014) Dir. de Acción Soc. del Municipio.</p> <p>“Falta una campaña de <b>sensibilización</b> que sea a <b>largo plazo</b> que pueda llegar a todos, que logre disminuir la discriminación y fomente la aceptación de las personas con discapacidad” (Betancourt, 2014) Jefe Dpto. Educ. e Integr. Ciud. del M.I. Municipio de Guayaquil.</p> <p>“La verdadera inclusión es un <b>trabajo en conjunto</b>, trabajo de familia, educadores, Estado y sociedad en general. La inclusión debe pasar por <b>todos</b> estos <b>sectores</b>, se debe derrumbar los mitos y el desconocimiento que hacen que la inclusión no sea una realidad al 100% en la actualidad” (Montaño, 2014) Psicopedg. Balandra Cruz del Sur.</p>	<p><b>Promover la inclusión social de personas con discapacidad desde el núcleo familiar, disminuyendo los temores y prejuicios con respecto a la discapacidad.</b></p>	<p><b>Declaración de Propósito</b> Concebir una campaña de comunicación que fomente la inclusión de personas con discapacidad en Guayaquil</p> <p><b>Límites y Alcances del proyecto</b> Motivar, fortalecer y orientar a las personas que inesperadamente se ven con la responsabilidad de cuidar y criar a alguien con alguna discapacidad.</p> <p>Sensibilizarlos, para que su reacción no sea de rechazo, sino, más bien, de aceptación.</p> <p>Trabaja a nivel de inclusión intrafamiliar, no infiere en la modificación de normativas legales, educativas, laborales o a nivel de infraestructura.</p>

Correlación entre variables de estudio con resultados estratégicos de aplicación de campaña				
	Objetivos de Investigación	Resultados Investigación	Objetivos de Proyecto	
Objetivos Específicos	Conocer, a través de casos reales, el entorno social, educativo y laboral en el que se desenvuelven las personas con discapacidad, en Guayaquil.	<p>“Compraba unos zapatitos para mi hija, y llegó la dueña y comenzó a decir: !Acabo de ver algo terrible!” casi llorando - Y yo: ¿qué pasó?                      - Y ella: “Una familia que tenía un hijo, que no podía moverse, bobito, bobito y estaba con el papá y la mamá y esa madre, esa madre, pobrecita, ¿Por qué Dios no se lo lleva?”                      (Vallejo, 2014) Dir. de Acción Social del Municipio.</p> <p>"A ver voy hacer sincera la parte psicológica que es muy necesaria para estos casos fue pésima aquí en el Ecuador aunque fue hace muchos años atrás aún no veo mejorías en ese aspecto" (Persona con discapacidad física adquirida, 2014).</p>	Potencializar el trabajo hecho por Aprendamos y sus acciones a favor de la inclusión.	El primer alcance que va a tener el proyecto será en el entorno familiar, dejando a realización futura entornos educativo, laboral y comunidad en general.
	Recopilar las opiniones de expertos acerca de la inclusión social de las personas con discapacidad.	<p>Tuve un hijo autista y me capacité, aprendí, todo, porque quiero ayudar a más gente, porque yo <b>sé por lo que están pasando</b>” (Vallejo, 2014) Dir. de Acción Social del Municipio.</p> <p>“Es necesario instruir a la sociedad trabajando de cerca. En este tema, la información masiva no funciona, <b>hay que llegar a las casas y a los corazones de los involucrados</b>, de familiares, amigos, profesores, colegas, etc. Es la única manera de poco a poco, lograr una verdad inclusión libre de mitos e ignorancia”.                      (Welch, 2014)                      Exp. Inv., Com., Period., Medios Mas., Prod. y RRPP.</p>	Brindar a las madres una oportunidad de compartir sus experiencias con otras madres.	Campaña de tipo educativa-motivacional, pretende construir una comunidad de aprendizaje, una red de apoyo virtual para madres con hijos con discapacidad en redes sociales donde podrán compartir conocimientos, experiencias e información valiosa.
	Identificar percepciones y actitudes que tienen las personas acerca de la discapacidad.	<p>“<b>El problema es la actitud</b> de las personas, que ven a la discapacidad como una enfermedad, como algo que nunca va a poder ser incluido en la sociedad” (Mera, 2014) Dir. Ejec. FENODIS</p> <p>“Tenemos una falsa idea de la inclusión, porque siempre se le decía a los niños “no lo veas”, “no lo mires”, pero justamente eso es excluir. Hay que <b>vencer el miedo y reconocer que es una persona que piensa, que siente</b>” (Vallejo, 2014) Dir. de Acción Social del Municipio.</p> <p>“El apoyo de la familia es esencial, ellos son los pilares o las bases que una persona con discapacidad tiene que tener, <b>sin este apoyo no se puede hacer nada</b>”. (Hna. de persona con discapacidad adquirida).</p>	Motivar al grupo objetivo a ofrecer el apoyo necesario a sus hijos para su óptimo desarrollo.	<p>Sensibilizar al primer entorno en el que una persona con discapacidad convive, factor fundamental en el desarrollo emocional y motriz.</p> <p>Motivarlos a salir adelante y a buscar ayuda adecuada</p>

## 2.7 Conclusiones Estratégicas

La exclusión social parte del desconocimiento acerca del tema y de cómo tratar con una persona con discapacidad, ya que usualmente no se llega a aprender de esta situación, a menos que toque experimentarla.

Frente a este miedo, ansiedad y preocupación se destaca la figura materna como principal actor en el proceso de inclusión en el núcleo familiar, es la encargada de crear un nexo especial con respecto a su nuevo entorno.

A partir del reconocimiento de la discapacidad, el tiempo de respuesta en esta situación es clave, por lo tanto qué mejor manera de acompañar a esta madre primeriza en su debut al mundo de la discapacidad que aprendiendo a través de testimonios de otras madres que estuvieron en su lugar, que saben exactamente lo que están sintiendo, pensando y temiendo.

La intención de poder compartir experiencias de una madre a otra las empodera a salir adelante, aprender, capacitarse y a no darse por vencidas, saber que se sienten entendidas y comprendidas, que no están solas en esto, y que se pueden enriquecer de las experiencias de la demás mamás que están pasando por la misma situación.

Es por esto que se plantea la creación de un espacio de apoyo y aprendizaje para las madres, que va acompañado de un video testimonial que motiva y conduce a una red virtual con la página de Facebook, dicha

plataforma se enfocará en brindar las herramientas necesarias para madres primerizas, apoyo para afrontar la situación de la mejor manera posible, derrumbando miedos, estereotipos y demás. El video testimonial será distribuido en principales canales de contacto de madres de familia.

La campaña servirá para promocionar el relanzamiento del programa de TV Aprendamos “Todos Somos Iguales, Todos Somos Diferentes”, a través de su plataforma mediática, recursos y alcance.

Además se espera con esto asentar las bases para proponer dentro de la instancia académica de Proyectos de Aplicación Profesional: “Inclusión Social” dar continuidad a lo planteado con un acercamiento hacia los demás entornos que abarca el universo de la discapacidad, sean estos como por ejemplo: escolar, laboral, diversión y ocio, accesibilidad dentro de la ciudad, etc.

### 3. Campaña de Inclusión Social Intrafamiliar “Escúchalo de un experto”

#### **3.1 Descripción del Grupo Objetivo**

Mujeres de la ciudad de Guayaquil, que no conocen el mundo de la discapacidad. Han entrado inesperadamente en él porque su hijo ha nacido con una discapacidad o la ha adquirido de alguna forma. Son madres llenas de temores, prejuicios, confusión y dolor, pero que en medio de la angustia, pueden llegar a ser capaces de entregar cuidados y amor.

#### **3.2 Presentación de campaña**

Con el fin de dar continuidad al proyecto Aprendamos “Todos Somos Iguales, Todos Somos Diferentes”, se ha buscado mantener el enfoque familiar, pero direccionarlo hacia un actor principal dentro de dicho núcleo, la madre.

Por ello se ideó el proyecto “Escúchalo de un experto” que pretende lograr la inclusión de las personas con discapacidad a largo plazo; en primera instancia el entorno familiar, dejando a realización futura los siguientes entornos en la vida de la persona con discapacidad, ámbitos educativo, laboral y comunidad en general.

### **3.3 Concepto central de comunicación**

Escuchar el testimonio de alguien que ha pasado por lo mismo que tú te fortalece y te ayuda a salir adelante.

### **3.4 Concepto creativo**

“Escúchalo de un experto”

### **3.5 Logotipo de campaña**

Se conceptualizó el logotipo haciendo referencia a una vía de comunicación efectiva, inmediata, sencilla y de fácil acceso, haciendo símil al objetivo que pretende la campaña de llegar a madres primerizas y empoderarlas a mantener vías de comunicación bajo el concepto de comunidades de apoyo y aprendizaje.

### 3.6 Estrategias de comunicación

Para poder lograr el objetivo de campaña se deberá desarrollar a través de los siguientes medios:

- Crear una comunidad virtual que funcione como grupo de ayuda, y foro para compartir e intercambiar testimonios en la página oficial de campaña en Facebook.
- Realizar una pieza audiovisual que documente testimonios y consejos de madres de personas con discapacidad y con experiencia en el tema hablando a madres primerizas.
- Vincular la campaña con material publicitario para el relanzamiento del curso de Inclusión de Aprendamos “Todos somos iguales, todos somos diferentes”.

### 3.7 Proceso de Adopción



El proceso de adopción de la campaña será: Sentir, Aprender y Hacer, ya que las madres al ver el video, van a sentir la necesidad de luchar por el desarrollo de sus hijos. Este deseo las llevará a querer buscar diferentes medios de apoyo y técnicas para sacarlos adelante y hacer un entorno familiar más inclusivo.

#### 4. Presupuesto

Inicialmente se consideró realizar un lanzamiento interno, por tal motivo en el desglose de rubros, se encuentran gastos como elaboración de material, producción del DVD y difusión de medios vía rueda en prensa en el auditorio de la Universidad, bajo inversión propia.

##### **DETALLE GASTOS**

	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Subtotal</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>\$ 195.00</b>
Loop video campaña			\$ 100.00
Material promocional			\$ 35.00
Impresiones para primera entrega			\$ 60.00
<b>GASTOS VIDEO CAMPAÑA</b>			<b>\$ 320.00</b>
Grabación/edición video campaña			\$ 200.00
Elaboración guión			-
Transporte participantes video	15		\$ 30.00
Lunch Break sesiones grabación	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Lunch Break Rueda Prensa lanzamiento			\$ 60.00
<b>DVD's</b>			<b>\$ 680.00</b>
Paquete DVD's	1000	\$ 0.68	
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>\$ 1,195.00</b>
<b>MONTO AUSPICIO</b>			<b>\$ 1,000.00</b>

(\*) Asegurar el transporte de al menos 6 personas ida y retorno. Costo \$5 por persona.

(\*) Visita de al menos 20 medios en auditorio de la Universidad. Costo \$3 por cada persona.

## 5. Cronograma de Trabajo

	Emilie Bibliowicz	Daniela Vallejo	Marianella Astudillo	Diliana Lama
	Ma.Laura Cruz	Gloria Dillon	Natalie Cedeño	
SEPTIEMBRE 13	Grabación de Loop/Demo de Video Testimonial.			
SEPTIEMBRE 14	Edición de Loop			
SEPTIEMBRE 16	Presentación Pre-Grado			
SEPTIEMBRE 22	Conceptualización para Manifiesto de campaña			
SEPTIEMBRE 29	Reunión con Jorge Lama para animación manifiesto			
OCTUBRE 2	Definición de logística para desarrollo de piezas			
OCTUBRE 6	Recolección de base de datos en Fundación Ecuador			
OCTUBRE 13	Revisión de avances de Manifiesto con Jorge Lama			
OCTUBRE 18	Reunión Xavier Colamarco - propuesta grabación			
OCTUBRE 20	Desarrollo de guión para video testimonial			
OCTUBRE 21	Visita a potenciales madres para video testimonial			
OCTUBRE 22	Desarrollo de preguntas para madres para grabación			
OCTUBRE 23	Reunión con la DASE y Fundación Ecuador			
OCTUBRE 23	Presentación de propuesta de campaña y presupuesto			
OCTUBRE 24	Reunión con equipo de producción			
OCTUBRE 27	Elección final de madres. Confirmación de asistencia.			
NOVIEMBRE 1	1º día de grabación de testimoniales en Pto. Sta. Ana.			
NOVIEMBRE 3-6	Edición de material grabado. Elección de testimonios.			
NOVIEMBRE 8	Segundo día de grabación en Pto. Sta. Ana			
NOVIEMBRE 10-14	Edición. Post-Producción. Desarrollo final de piezas.			
NOVIEMBRE 15	Apertura de red virtual de apoyo en Facebook			
NOVIEMBRE 19	Relanzamiento Municipal de Curso Inclusión			
NOVIEMBRE 28	Entrega de evaluación individual			
DICIEMBRE 4	Presentación de Grado			

## 6. Evaluación Individual

### 6.1 Diseño metodológico de la evaluación

### 6.2 Objetivo General de investigación del proceso evaluativo

Evaluar las piezas gráficas, audiovisuales y acciones de campaña “Escúchalo de un Experto” entre madres con hijos con discapacidad del nivel socio-económico medio en la ciudad de Guayaquil.

### 6.3 Objetivos Específicos de investigación del proceso evaluativo

- Conocer la percepción de las madres del nivel socio-económico medio acerca de la producción audiovisual de la campaña “Escúchalo de un experto”.
- Conocer las valoraciones personales que realizan a partir del contenido de los videos.
- Determinar si el grupo objetivo considera pertinente el formato de video testimonial para tratar el tema de la inclusión familiar con madres primerizas.
- Conocer las opiniones del grupo objetivo en relación a la página de Facebook Escúchalo de un experto.
- Determinar si el esquema gráfico elegido para piezas de prensa y vía pública fue claro y persuasivo para el grupo objetivo.
- Identificar aciertos, errores y oportunidades de mejoras para la campaña Escúchalo de un Experto.

#### **6.4 Metodología de la investigación**

El enfoque de investigación utilizado fue mixto, en cuanto combina herramientas que la caracterizan cualitativa y cuantitativamente, de tipo descriptivo ya que se buscó llegar a conocer las variables entorno a toda la producción publicitaria de la campaña, a consideración subjetiva entre los participantes como sus percepciones y criterios.

#### **6.5 Técnicas de Investigación**

Para poder llevar a cabo una evaluación de este tipo era imprescindible valernos de la herramienta de grupo focal, ya que con ella se podría llegar a un nivel de evaluación mayormente profundo y que esta se complemente con el cuestionario para mantenernos al margen de los objetivos planteados.

- **Grupo Focal**

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador (Aigner, 2006; Beck, Bryman y Futing, 2004). Esta técnica fue aplicada para poder identificar posturas, criterios, opiniones frente a los diferentes formatos de la campaña presentados.

- **Cuestionario Semi-estructurado**

Compuesto por preguntas abiertas y preguntas cerradas bajo escala de Likert, con el objetivo de establecer la asociación que tenían entre piezas mostradas y su respectiva afinidad.

## **6.6 Composición y desarrollo de Grupo Focal**

La selección de participantes en el grupo focal fue de manera aleatoria, se coordinó la sesión y convocatoria con la vocal regional de una fundación local que trabaja a favor de la inclusión social de personas con discapacidad.

El grupo focal tuvo lugar en una sala de reuniones del edificio del SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional) el pasado lunes 24 de noviembre a las 10h00, contó con la presencia de cinco integrantes, de los cuales cuatro fueron mujeres y un hombre entre el rango de edades de 37 a 43 años de edad, pertenecientes al nivel socio-económico medio e hijos con discapacidad intelectual (3), física (1) y visual (1), con una duración de una hora y media aproximadamente.

En general el perfil de participantes tenían buen nivel de conocimiento acerca del ámbito de la discapacidad, todos se mostraron con buenos ánimos y dispuestos a participar en el proceso, solamente uno de los cinco participantes estaba familiarizado con el curso de inclusión de Aprendamos. Una de las madres del grupo está asociada con la fundación FEPAPDEM (Federación Ecuatoriana Pro Atención a las Personas con Discapacidad Intelectual y sus Familias).

## 7. Resultados de la evaluación

### 7.1 Evaluación de Producción Audiovisual

La primera instancia evaluada correspondió a la producción audiovisual de campaña, es decir el video testimonial versión larga de tres minutos con doce segundos y los dos cortos, versión para spots publicitarios en televisión.

Tabla N.1 – Tabulación preguntas cerradas						
Marque con una (X) su respuesta.		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Concepto de video, buen medio para llegar a madres primerizas			1	3	1
2	Identificación con protagonistas del video				4	1
3	Lenguaje de video claro y de fácil comprensión				3	2
4	Testimonios transmiten mensaje positivo y alentador				3	2
5	Música pertinente con testimonios			1	3	1
6	Duración de video apropiado, sin perder atención.				2	3

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

**Interpretación:** La mayoría de la muestra testeada está de acuerdo con que el video es un buen medio para llegar a madres primerizas en el tema de la discapacidad, todas las personas se sintieron identificadas con las protagonistas del video, en igual respuesta están de acuerdo que los testimonios transmiten un mensaje positivo y alentador de manera clara y fácil de comprender con una duración apropiada. Una persona no pudo establecer su postura con respecto a la música del video.

La segunda parte del cuestionario constaba de tres preguntas abiertas previas a la discusión grupal acerca de lo observado, de esa manera se pretendía facilitar el orden de ideas y velar por la objetividad durante la conversación. Se detalla a continuación frases textuales de los miembros del grupo focal que responden los objetivos de investigación planteados para la evaluación de este segmento.

Tabla N. 2 - Preguntas abiertas				
	Objetivos de Investigación	¿Qué le pareció el video?	¿Sugerencias?	¿Aporta a la inclusión social?
Objetivos Específicos	Conocer la percepción de las madres del nivel socio-económico medio acerca de la producción audiovisual de la campaña “Escúchalo de un experto”.	"Sincero de parte de las madres, creo que servirá mucho para las mamitas que tengan hijos con discapacidad"  "Muy interesante, porque los testimonios son de madres que viven cada día con sus hijos"	"Expresarlo con más animosidad"  "Que indique cada madre el tipo de discapacidad que tiene su hijo"	"Sí, porque nos enriquece los conocimientos dados por los expertos"
	Conocer las valoraciones personales que realizan a partir del contenido de los videos.	"Ven los adelantos que ellos tienen por lo tanto que mejor que ellas para dar opiniones al respecto"		"Aporta a la aceptación de la familia"
	Determinar si el grupo objetivo considera pertinente el formato de video testimonial para tratar el tema de la inclusión familiar con madres primerizas.	"El video sí es motivador, lenguaje sencillo y claro"  "Solo entendí que era para personas con discapacidad intelectual"	"Que se incluya a un papito también"	

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

## 7.2 Evaluación de Herramientas de Comunicación – Página Facebook

Para llevar a cabo esta evaluación se dio una revisión acerca de todas las publicaciones realizadas hasta la fecha en la página oficial de Facebook de la campaña “Escúchalo de un experto”, se mostraron además las imágenes y esquema gráfico de la página.

Tabla N.3 – Tabulación preguntas cerradas						
Marque con una (X) su respuesta.		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Considero apropiado Facebook para creación de comunidad de aprendizaje entre madres de hijos con discapacidad.				2	3
2	Publicaciones se relacionan con el objetivo de la campaña "Escúchalo de un experto"			2	2	1
3	Fotos y mensajes posteados en la página motivan a formar parte de esta comunidad				5	

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

**Interpretación:** Todos los participantes están de acuerdo con que las fotos y mensajes publicados en la página motivan a formar parte de ella, les parece además una buena herramienta para tratar el tema de la discapacidad a nivel de redes sociales como una comunidad de aprendizaje. Dos de cinco participantes se mantienen indecisos frente a la vinculación de las publicaciones con la campaña.

Cuatro de cinco participantes no estaban familiarizados con el tema de Aprendamos, en la presentación de la página de Facebook en conjunto con las publicaciones de los videos del canal de YouTube fue que indagaron más acerca de lo que comprendía el curso y se explicó la vinculación que este tenía con la campaña y como algunas de las sugerencias dadas en el video acerca de mostrar un lado más vivencial de las personas con discapacidad y de su entorno tomó sentido que ya se indicó que eso se encontraba en los videos anteriores del curso.

**Tabla N. 4 - Preguntas abiertas**

	<b>Objetivos de Investigación</b>	<b>¿Qué le pareció la página de Facebook?</b>	<b>¿Sugerencias?</b>	<b>¿Le gustaría compartir experiencias en la página, responder o hacer una pregunta?</b>	<b>¿Aporta a la inclusión social?</b>
<b>Objetivos Específicos</b>	Conocer las opiniones del grupo objetivo en relación a la página de Facebook Escúchalo de un experto.	"Muy buena, veo que se alimena cada día"  "Interesante, es un medio que hacía falta"	Publicar acerca de discapacidades inusuales  "Falta más colorido, porque eso llama la atención"  "Pondría más gráfica de todas las discapacidades, incluse se podría mencionar una reseña de ellos"	"Sí, por supuesto"  "Sí, claro"  "Por supuesto, las aportaciones que se puedan dar acerca de la discapacidad es enriquecedor"  "Sí, claro, desde mi punto de vista de mamá y de familia"	"Al ser red social, sí llega. Esperemos que aporte eso y hasta más".  "Sí, porque es una herramienta que llega masivamente y puede obtener muy buenos resultados"  "Por supuesto, porque así nos conocemos y nos podemos ayudar"

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

### 7.3 Evaluación de Piezas Gráficas

Se mostraron ilustraciones con el esquema publicitario de campaña, en la presentación de Power Point se extrajo el texto a un lado para mejor comprensión. El material publicitario también formó parte de esta evaluación y se indicó los lugares y medios en los que ya se habían expuesto y demás donde podrían encontrarlos.

Tabla N.5 – Tabulación preguntas cerradas						
Marque con una (X) su respuesta.		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Mensaje de piezas graficas claro y de fácil comprensión		1		3	1
2	Lugares de las piezas gráficas son óptimos			1	3	1
3	Considero llamativas las piezas graficas			1	3	1

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

**Interpretación:** Una persona de cinco consideró que el mensaje de las piezas gráficas no era claro y de fácil comprensión, dos personas se identificaron como indecisos al calificar llamativas las piezas gráficas y los lugares donde serían expuestos.

Tabla N. 6 - Preguntas abiertas				
	Objetivos de Investigación	¿Qué le parecieron las piezas gráficas?	¿Qué lugares le gustaría además de las discutidas para que aparezcan las piezas?	¿Sugerencias?
Objetivos Específicos	Determinar si el esquema gráfico elegido para piezas de prensa y vía pública fue claro y persuasivo para el grupo objetivo	"Llamativas"  "Están muy bien elaboradas"  "Buenas"  "No concuerdan las fotos con las frases escritas"	"Estudios, cines, etc"  Afiches  "En establecimientos educativos"  "En instituciones educativas ya que ahí están las futuras madres y padres de familia, incluso los futuros empresarios que más adelante incluirán a nuestros hijos"	"Diversificar las discapacidades"  "Son muy buenas, pero se debería poner gráficas con lenguaje positivo"

**Fuente:** Cuestionario elaborado por autoras

#### 7.4 Identificación de aciertos, errores y oportunidades de mejoras para la campaña “Escúchalo de un experto”

Luego de haber concluido la evaluación, se discutieron varios aspectos que necesitan validación, un limitante que se encontró en el desarrollo del grupo focal fue que la muestra no tenía conocimiento de la labor realizada por Aprendamos, lo cual dificultó en cierto grado el reconocimiento de que el video testimonial presentado correspondía a una etapa inicial dentro del universo de la discapacidad, y por tanto no podía abarcar todos los escenarios mencionados, ya que algunos de los sugeridos ya fueron proyectados en episodios anteriores del curso.

Se conversó el tema de lenguaje positivo<sup>2</sup>, ya que se hace referencia a dos instancias dentro de la campaña con oportunidad de cambio de términos para referirse a las personas con discapacidad y un denominativo expuesto en un afiche. A pesar de que el término forma parte la cotidianeidad del grupo objetivo, sería mejor adecuarlo a lo comúnmente aceptable, si bien el término “discapacidad” es la palabra utilizada para conceptualizar la situación (tanto en el curso de Aprendamos como el texto elaborado por Marcia Gilbert e Isabel Cueto) y avalada por los expertos en el tema, su derivado “discapacitados”<sup>3</sup> no es considerado correcto.

---

<sup>2</sup> Servicio Nacional de la Discapacidad, (2010). *Recomendaciones para el uso correcto del lenguaje en temas relacionados con discapacidad*. Recuperado de <http://www.ciudadaccesible.cl/wp-content/uploads/2011/08/Recomendaciones-para-el-uso-correcto-del-Lenguaje-en-temas-relacionados-con-discapacidad1.pdf>

<sup>3</sup> DISCAPNET, (2012). *Por un mejor trato a las personas con discapacidad. La importancia de la palabra en el trato hacia personas con discapacidad, NO minusválidos*. Recuperado de [http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/derechos/Tusderechosafondo/discapacidad\\_versus\\_minusvalia/Paginas/minusvalidos-y-minusvalia-y-discapacidad.aspx](http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/derechos/Tusderechosafondo/discapacidad_versus_minusvalia/Paginas/minusvalidos-y-minusvalia-y-discapacidad.aspx)

En el video una de las madres lo menciona haciendo referencia a que “los hijos discapacitados no son un problema”. Se tomó la decisión de no editarlo por ser una expresión personal de la madre; sin embargo ante los comentarios del grupo focal es una recomendación que se lo revise.

Se congratuló la iniciativa y el propósito que pretende la campaña, consideran que es un medio acertado para tratar el tema de discapacidad para madres primerizas. “Todos nos preocupamos por el niño pero quien se preocupa por la mamá o por el papá que son los *pilares*. Que todos sabemos que en un hogar hay el pilar que es el padre y la madre, que donde estos pilares se caen, el resto no sirve. No existe” (madre hijo con síndrome de down, 2014),

## 8. Recomendaciones

En aras de expandir el alcance de la campaña propuesta, se sugiere retomar el entorno inmediato consiguiente al núcleo familiar, desarrollar el esquema de continuidad que guarde lógica con la teoría ecológica expuesta por Urie Brofrenbrenner, acerca del desarrollo del ser humano y las implicaciones que tiene sobre su conducta al relacionarse con los diferentes entornos.

El ámbito comunicacional es sumamente valioso en este tipo de campañas por lo cual sería óptimo manejar un plan de cursos/capacitaciones que refuercen los temas impartidos en los cursos de Inclusión de Aprendamos, a través de un sistema de contacto con participantes del curso de inclusión, para que la iniciativa de los padres de familia en involucrarse en el proceso de inclusión de sus hijos con discapacidad no se limite a un registro, sino que se lleve a cabo un sistema de comunicación interactivo y partiendo de esa relación se generen más instancias de aprendizaje e interacción con demás padres, ya que como el proyecto lo demuestra es esencial contar con el apoyo de otras personas en la misma situación.

## **9. Reflexión Personal**

Durante el desarrollo del presente documento de titulación he llegado a conocer más de fondo la realización de una campaña social, bastante diferente en ciertos aspectos con una campaña comercial a la que estaba acostumbrada, pude valorar la importancia de una buena investigación de campo y retomar bases de diseño metodológico investigativo que resultan ser la médula en este tipo de instancias académicas.

Pude aplicar conocimientos instruidos en materias de investigación cualitativa, comportamiento del consumidor y marketing. La identificación y segmentación correcta de una unidad de análisis aseguran en gran medida el éxito de lo que se esté realizando, como en este caso particular en la que tuve que conocer de cerca el ámbito de la discapacidad desde sus diferentes entornos, actores y posturas con respecto al tema.

## 10. Bibliografía

Asamblea Nacional (2008) *Constitución 2008*. Montecristi: Asamblea Nacional.

Asamblea Nacional. (2012 ). *Ley Organica de Discapacidades*. Obtenido de [http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/2012-09-25-Ley\\_Organica\\_Discapacidades.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/2012-09-25-Ley_Organica_Discapacidades.pdf)

Eduardo Roberto y Philip Kotler. (1992). *Marketing Social*. Madrid: Díaz de santos, S.A.

Garcia, M., Cotrina, M., Gutierrez, C., Porras, R., Samaniego, P., Serón, J. (2010) “Inclusión, discapacidad y empleo. *Algunas claves a través de siete historias de vida. Caso Ecuador*”. Ecuador.

Hurtado, M., Aguilar, J., Mora, A., Sandoval, C., Peña, C., León, A. (2002) “*Identificación de las barreras del entorno que afectan la inclusión social de las personas con discapacidad motriz de miembros inferiores*”. Colombia.

Melo Benítez, P.F. (2012). *Analisis de la situación de las federaciones y asociaciones de personas con discapacidad y de las organizaciones para su atención en el Ecuador*. (Titulación de Magister en Gestión y Desarrollo Social). Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador.

M.I. Municipio de Guayaquil. (2013). *Todos somos iguales, Todos somos diferentes*. Guayaquil: Mariscal.

Suria, R.(2011) “*Análisis comparativo sobre las actitudes de los estudiantes hacia sus compañeros con discapacidad*” Alicante, España.

Organización Mundial de la Salud. (Septiembre de 2013). *Discapacidad y Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/es/>

Organización de las Naciones Unidas (2008) *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*

Unicef y El Ministerio de Educación de Chile. (14 de 12 de 2004).  
*INCLUSION SOCIAL, DISCAPACIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS*.  
Obtenido:[http://www.unicef.cl/archivos\\_documento/200/Libro%20seminario%20internacional%20discapacidad.pdf](http://www.unicef.cl/archivos_documento/200/Libro%20seminario%20internacional%20discapacidad.pdf)

Varela, L. L. (16 de Julio de 2012). *OCTAVOS AÑOS: LECTO-ESCRITURA Y ORTOGRAFÍA*. Obtenido de ¿Qué es una campaña Social?:  
<http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html>

World Health Organization. (Febrero de 2008). *Social Exclusion*.  
Obtenido de:  
[http://www.who.int/social\\_determinants/themes/socialexclusion/en/](http://www.who.int/social_determinants/themes/socialexclusion/en/)